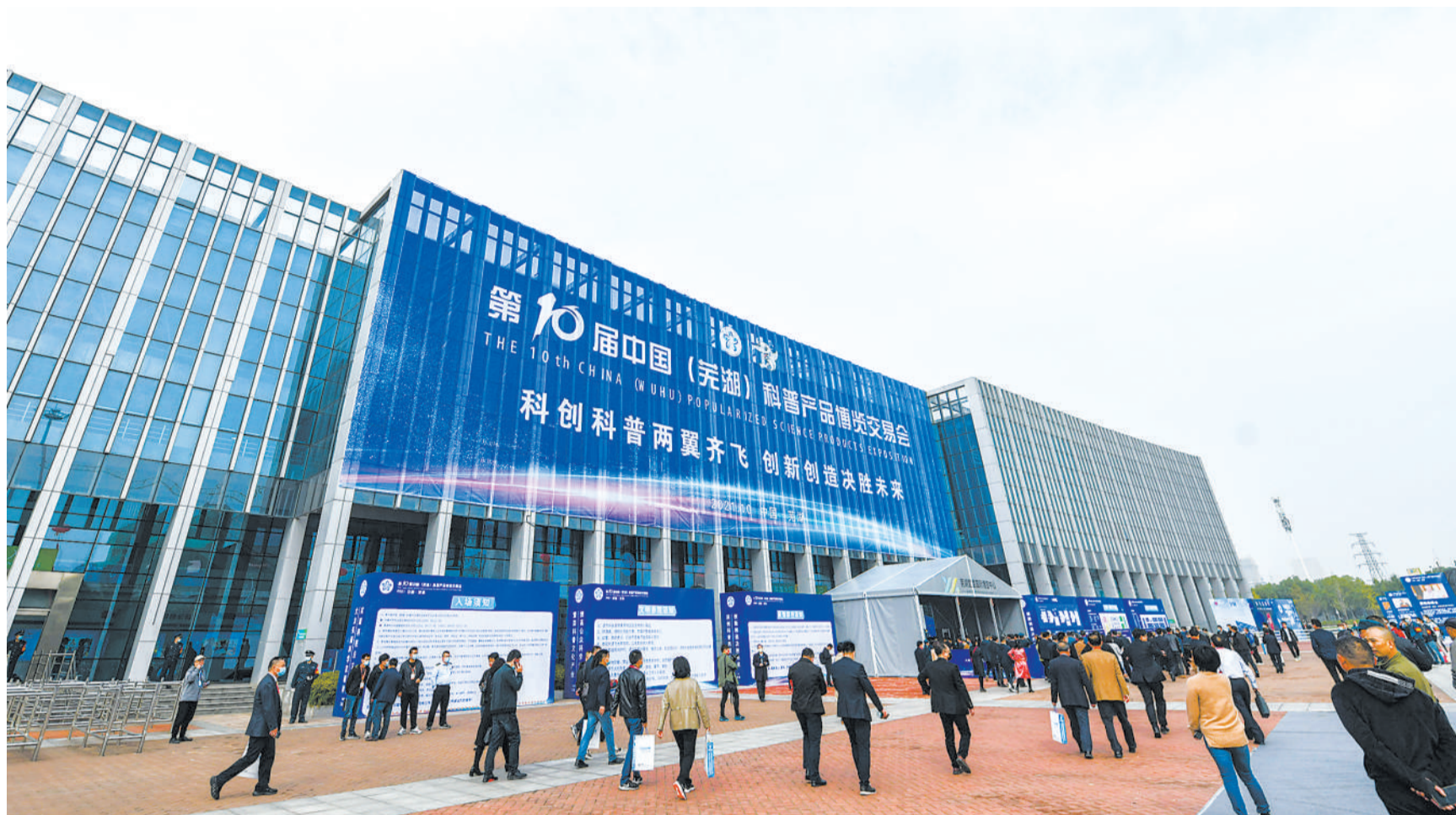


科创科普两翼齐飞 搭建“科普+产业”聚集平台

——历届中国(芜湖)科普产品博览交易会回望



科博会开幕式。



科普产业高峰论坛。



科博会开幕式。



青少年科学教育论坛。



青少年科学教育论坛。



科普产业发展论坛。



第九届科博会开幕式。

科普产业已经成为文化产业的重要组成部分。在科普日益成为公众科技文化生活需求的新社会氛围下,迫切需要文化与科技的完美融合,这也为科普产业的发展提供了广泛的社会基础。中国(芜湖)科普产品博览交易会(以下简称科博会)正是在这样的背景下应运而生。

从2004年起,科博会每两年举办一次,迄今已经成功举办十届。2004年科博会是我国举办的全国性科普产品博览交易会,具有里程碑般的意义。

从历届科博会的展会主题来看,科博会积极搭建科普产业聚集平台,着力推动科技成果向科普资源的转化应用;突出科技服务民生,凸显科普事业与科普产业并举,同时重视自身专业化、特色化、精品化、规范化、规范化的建设,逐步成为国际知名的品牌会展。

展会规模逐年扩大

2004年5月28日至31日,2004中国(芜湖)首届科普产品博览交易会在安徽芜湖举办。

至第十届科博会线下展会,共吸引了来自20个省(自治区、直辖市)和11个国家、地区的278家单位参展,参展展品4000多件(项),展示面积3.6万平方米,现场观众16.2万人,交易额16.5亿元(含意向)。

值得一提的是,第十届科博会是在国内外新冠疫情尚未得到完全控制的情况下举行的,科博会创新办展方式,采用“线上+线下”相结合的方式,利用3D引擎技术、平面展示等互联网技术,新建成包含线上展示、在线直播、在线洽谈、营销推广等云上一体化服务系统的科博会云平台,打造“永不落幕的科博会”。

从历届参展单位的变化来看,科博会参展单位的知名度越来越高。例如,第五届和第六届科博会的参展单位中,就有中国载人航天工程办公室、国家海洋局等;有清华大学、浙江大学、同济大学、中国科学技术大学、华中理工大学等著名高等院校;有中国科学院计算技术研究所、中国科学院

院自动化研究所、中国科学院半导体研究所、担任深海探潜科考任务的702所等科研院所;有中国航空学会、中国海洋学会、中国宇航学会等全国学会。第九届科博会有中国空间技术研究院、中国电子科技集团、阿里巴巴集团、科大讯飞公司等众多单位参展。

专业参观人数前几年大幅上升,主要是因为科博会刚开始举办的几年里,非专业观众较多,而近年有组织的参观者和境外专业观众明显增加,观众层次提高。从一定意义上来说,专业观众所占比例决定着展会参展商的经济效益。

活动类型日益丰富

历届科博会的相关活动形式多样、内容丰富多彩。这些活动大致可以分为三大类:高层论坛、特色报告会和其他科普活动。

十届科博会的相关活动中,高层论坛是主要内容。院士和专家的科普报告会,有效提升了展会活动的档次和影响。例如,第三届和第四届科博会展会活动明确以“科普资源 共建共享”为主要内容,高层论坛和其他科普活动均围绕此主题进行。

科普产业发展是各届科博会论坛的重要内容。从第三、第四届科博会开始,加大了科普事业与科普产业发展的理论研讨。第五届科博会期间举办了主题为“发展科普产业,助推科技创新”的中国科普产业发展高端论坛,主题为“科技馆事业与科普产业共同发展的方向与对策”的全国科技馆馆长论坛以及安徽省首届科普产业博士论坛。

近几届科博会还组织了英雄航天员报告会、探月工程科普报告会等有特色的报告会,在社会各界引起了强烈反响。这些活动很好地配合了展会,烘托了展会氛围,拓展了展会社会效益。

交易额的多少体现了业界对科博会及科普产品的认知度和认可度。十届科博会的交易额基本呈增长的趋势,扩大了展会影响,也拓展了展会的社会效益。

影响力不断增强

综合来看,以往十届科博会有以下特点。

一是展品科技含量高,体现了科普产品和技术的发展水平。展品中应用新媒体技术的比例大幅增加,充分反映出我国科普产业领域紧跟移动互联网飞速发展时代背景下,应用新兴技术的良好态势。二是国际化程度逐渐提高,每届科博会参展单位的国际化参与程度都较上届更高,参展国家的数量和境外参展企业数均较上届有显著增加。

第六届科博会有25家境外企业参展,为历届之最。历届科博会展商的国际化程度逐年升高,参展单位的知名度也逐渐提高,有助于吸收国内外先进的设计理念和新技术。每届都会为大家展示更新、更前卫的科学技术,展品的技术创新为大众提供耳目一新的体验,体现科博会的影响力正逐年扩大,逐步朝着国际品牌会展的发展目标迈进。

十届科博会的成功举办,在实践上推动科普产业的形成,促进了科普事业公益性与科普产业市场性的有机结合,并且引导众多科研机构、高等院校和企业对科普产品的研发生产进行投入,推动了科技资源向科普资源的应用转化。展示在科博会上的新兴技术和创新产品也引导着科普产品的研发。科博会也逐步确立自身作为“领头羊”的地位,已成为安徽省自主创新服务的重要平台,也成为社会各界了解我国科普产品的主要渠道。

“科普+产业”效应凸显

当前,我国的科普产业发展迅猛,科普展览、科普出版、科普教育、科普玩具、科普旅游、科普网络、科普动漫等蕴含着巨大的市场潜力,从而使科普产业成为新兴的朝阳产业。

作为我国举办的全国性科普产品博览交易会,科博会开创了科普产业的先河,对科普产品的定位以及我

国科普产业的发展具有极强的指导意义。

在第四届科博会期间,科普产业园中国(芜湖)科普产业园正式开园,为“产、学、研、用”提供结合和交流的平台,并制定一系列优惠政策吸引科普产品研发和生产企业在落户。

芜湖科普产业园的建立形成了产业聚集,园区内企业彼此竞争又合作,在信息、人才、技术等方面资源共享,相互联系相互支撑。科普资源平台品牌效应已初现。各级政府对于科普事业的投入逐年增加,社会投资科普事业的渠道正逐步形成,也为打造我国“生产、展示、交易一条龙”的科普资源集散中心”提供了条件。

近年来,我国公民科学素质建设的发展正孕育巨大的科普市场,政府科普产品的采购和共享力度不断加大,科普场馆设施的快速发展,存在大批科普产品和服务“缺口”,科普产品和服务创新的需求强烈。

对这种市场需求预测也相应地成了学术界关注的课题。有关专家预计,国家将陆续投入数百亿元用于建设科技馆,青少年、农民和农民工、城镇居民和公务员等群体,在科普音像制品方面的消费也会达到数百亿元规模,我国科普玩具市场销售额也会在数百亿元之上。

这些需求形成了科普产业的市场容量及相应的经济利益,推动了科普产业的发展,也推动了科博会的发展。科博会正是这种常规模展项目、科普活动、科普论坛于一体,同时满足科技性、教育性、生活性的会展形式,可以满足不同层次的受众对科普的需求的平台。

总之,政策扶持和相关部门重视是科博会产生和发展的决定因素。相关部门对科普事业投入的逐年增加,推动了科普产业和科博会的发展。市场需求和社会认同是促进科博会发展的动力。随着我国公民科学素质建设的发展,孕育了巨大的科普市场,在推动科普产业的发展同时,有力推动了科博会自身的发展。

图文及数据来源:芜湖市委宣传部



科普剧表演。



科普剧表演。



今夜星辰展演。



海峡两岸中小學生仿生机器人竞赛。